

Donnez à vos utilisateurs métiers un rôle plus actif dans la création de vos modèles de communications

Et réduisez la charge de travail de votre service Informatique !

Comment soulager votre service informatique des tâches de création et de modification des modèles de communications ?

Il s'agit là d'une question fréquente dans la banque et l'assurance. Les entreprises de ce secteur sont en effet de plus en plus nombreuses à vouloir améliorer l'expérience client tout en renforçant la flexibilité de leurs processus. Et pour y parvenir, il leur faut impérativement donner plus d'autonomie aux utilisateurs métiers dans la gestion des communications client.

Les éléments clés d'une expérience client réussie sont une grande réactivité aux demandes des clients et la personnalisation des communications. Alors que le rythme des affaires s'accélère sans cesse, la pression sur les équipes IT s'accroît et il leur est difficile de suivre la cadence.

En parallèle, il est indispensable de bien maîtriser les communications client. Les informations figurant dans les courriers, les relevés, les factures, les polices d'assurance et les autres documents doivent être précises et exactes. Par exemple, le contenu d'une police d'assurance doit être approprié à chaque contact, à chaque cas et à chaque gamme de produit afin de pouvoir mentionner le niveau de couverture souhaité. La mise en page des documents, ainsi que leurs couleurs et formats, doivent respecter la charte graphique de l'entreprise de façon à garantir l'homogénéité de son image de marque. Des mécanismes de suivi des modifications de contenu sont nécessaires pour garantir l'auditabilité des documents et leur conformité aux normes. En bref, l'implication du service Informatique est généralement inévitable pour établir les niveaux requis de contrôle, de sécurité, de gestion des contenus et de cohérence.

Cependant, il faut trouver un juste équilibre entre le rôle de l'IT et le rôle confié aux utilisateurs métiers. Il n'est en effet plus réaliste aujourd'hui que le service Informatique contrôle à lui seul les modèles, les contenus, les flux de travail et les règles qui régissent les communications client.

Par ailleurs, les clients ne se contentent plus de communications impersonnelles. Après une déclaration d'accident par exemple, ils s'attendent à ce qu'une lettre de confirmation personnalisée leur soit rapidement adressée et contienne des informations spécifiques à leur situation, comme les coordonnées de leur agent d'assurance et/ou de l'expert désigné. Ils n'ont que faire d'un courrier type, envoyé trois semaines après la déclaration du dommage subi et commençant par « Cher assuré... » ! Le même degré d'exigence s'applique à chaque échange de courrier entre l'assureur ou le banquier et son client.

Il est bien entendu possible de personnaliser les communications, de répondre rapidement aux clients et de respecter toutes les exigences de précision, d'auditabilité, de conformité et de respect de l'image de marque avec une implication minimum des utilisateurs métiers. (On parle souvent dans ce cas d'une approche par « force brute ».) Mais, cela implique l'utilisation de plus de ressources, des coûts plus élevés et une efficacité moindre. Il est bien plus intéressant d'impliquer les utilisateurs métiers car ils connaissent les préférences des clients et leurs besoins, ainsi que le contexte et la spécificité de chaque situation. Les utilisateurs métiers ont aussi la possibilité de répondre dans un délai adéquat.

La question est alors de savoir comment trouver un juste équilibre. Comment convaincre le service Informatique qu'il est judicieux et bénéfique d'accorder un certain niveau d'autonomie aux utilisateurs métiers ? La réponse consiste à adopter une approche structurée basée sur quatre actions :

1. Mettre en œuvre une solution moderne de gestion des communications client (CCM - Customer Communications Management) offrant une interface conçue spécialement pour les utilisateurs métiers.
2. Désigner un ou plusieurs experts métiers, faisant le lien entre le service Informatique et les utilisateurs métiers et ayant suivi une solide formation sur la solution CCM. Ces experts seront en charge de créer des modèles, des contenus, des règles et des flux adaptés aux documents et aux courriers adressés aux clients.
3. Développer et documenter le processus complet de création et de gestion des contenus, y compris les approbations gérées par rôle pour les étapes clés.
4. Désigner un responsable ou une équipe pluridisciplinaire chargé de veiller, au niveau de l'ensemble de l'entreprise, à la satisfaction client. Ce responsable, ou cette équipe, devra superviser l'ensemble des communications client, des documents et des courriers de la société afin de garantir le respect des besoins aussi bien des équipes métiers que IT.

Ces mesures contribuent à assurer un juste équilibre entre les utilisateurs informatiques et des utilisateurs métiers et permettent d'optimiser l'expérience client et d'améliorer la flexibilité des processus.

Pour plus d'informations, contactez Cincom France :
50 avenue Daumesnil, 75012 Paris, **01 53 61 70 00**,
InfoEurope@cincom.com, ou visitez le site
cincom.fr/CCM.

À propos de Cincom

Cincom Systems, éditeur majeur de solutions CCM (Customer Communications Management), accompagne les entreprises dans la transformation digitale de leurs communications clients, adhérents, sociétaires et partenaires. Cincom est reconnu comme un leader dans les secteurs assurances, mutuelles, santé, banques et services.

Des milliers de clients dans le monde utilisent nos solutions CCM pour délivrer une expérience client personnalisée et fluide et faire de leurs communications client un levier de croissance : AGPM, Allianz, Aviva, Banque CPH, Banque Populaire, BNP Paribas, Caisse Épargne, Carnival, COVEA, Crédit Agricole, Crédit Agricole Consumer Finance, EOS France, Generali, Gieps, Groupama, HSBC, Mutuaide Assistance, Ponant, Stater...

Cincom fournit la solution de communications client la plus intuitive du marché. En rationalisant la conception, le déploiement, la diffusion et la gestion d'importants volumes de communications sous la forme de documents hautement personnalisés, Cincom permet à de nombreuses banques et assurances de :

- Instaurer, renforcer et développer la relation client
- Minimiser les risques liés à la mise en conformité et au respect des réglementations
- Réduire les coûts d'exploitation
- Accélérer la diffusion de toutes les communications client



Pour plus d'information, envoyez un courriel à InfoEurope@cincom.com, appelez le +33 1 53 61 70 00, ou visitez le site www.cincom.fr

Cincom, le logo Quadrant et Cincom Eloquence sont des marques déposées de Cincom Systems, Inc.

Toutes les autres marques appartiennent à leur détenteur respectif.

© 2019 Cincom Systems, Inc. Imprimé aux États-Unis Tous droits réservés

FORM CDSFR1702013-2PC 1/19